

# INDICE

INTRODUZIONE	7
I. I MECCANISMI DELL'INTENZIONALITÀ	13
1.1. Tra psicologia, teoria dell'oggetto e teoria del valore	13
1.2. Brentano e l'ambiguità dell'oggetto "immanente"	16
1.3. Twardowski: atto, contenuto e oggetto	20
1.4. Presentazione intellettuale ed emozionale	24
II. LA CENTRALITÀ DELL'ASSUNZIONE	31
2.1. I limiti della rappresentazione	31
2.2. Oggettivi, dignitativi e desiderativi	35
2.3. L'assunzione, vissuto "intermedio"	42
2.4. Sentimenti e desideri, "seri" e "di fantasia"	45
2.5. Priorità del sentire sul desiderare	48
III. L'OGGETTO "IN QUANTO TALE"	53
3.1. Dall'essere all'extra-essere	53
3.2. Intendere d'essere e intendere d'esser-così	58
3.3. La doppia purezza dell'oggetto "in quanto tale"	64
3.4. Valori personali e impersonali	70
IV. CONOSCERE E SENTIRE	77
4.1. A priori, verità e fattualità	77
4.2. La questione dell'evidenza	83
4.3. Giustificazione ed evidenza delle emozioni	88
4.4. Conoscere il valore. Una logica del sentire	91
4.5. 'Realismo etico' di Meinong?	96
4.6. Un orizzonte pratico	99
PER CONCLUDERE. OGGETTIVISMI MEINONGHIANI	105
Psicologia e psicologismi	105
Intersezioni. Oggetto e valore	109
Corsi e ricorsi storici. Valori impersonali nel tempo	113
BIBLIOGRAFIA	119